

**ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
PT. PLN PERSERO DI SURABAYA DALAM PEMBERDAYAAN USAHA  
KECIL DAN MENENGAH (UKM)**

**ABSTRAKSI**

Di era globalisasi yang semakin berkembang dengan pesat, menimbulkan adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan. Peran perusahaan yang telah mengambil bagian dalam kemerosotan kualitas lingkungan hidup dan menurunnya tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) membawa dampak negatif misalnya polusi, eksploitasi tenaga kerja dan sumber energi, pengrusakan lingkungan dan penggunaan energi yang tidak bertanggung jawab dan dampak lainnya. Peran *Corporate Social Responsibility* yang demikian akan berdampak terhadap eksistensi Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan dapat memberi kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model Konseptual *Corporate Social Responsibility*, terhadap Empowerment UKM pada PT. PLN PERSERO APJ Surabaya Selatan, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan dalam meningkatkan dan menjaga eksistensi Pemberdayaan UKM di kawasan Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pemilik / Karyawan Mitra Binaan UKM PT. PLN PERSERO APJ Surabaya Selatan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM).

Dengan menggunakan AMOS 4.01 hasil pengujian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (Tanggung jawab sosial perusahaan) mempunyai pengaruh tidak signifikan dan positif terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility(CSR)* , *Empowerment* UKM  
(Pemberdayaan UKM)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pembangunan Perekonomian Indonesia yang mulai berkembang setelah didera krisis ekonomi membuat bangkitnya berbagai sektor perekonomian, keadaan ini membuat persaingan antar perusahaan sejenis makin ketat. Lebih-lebih saat ini dimana dunia seperti tanpa batas dengan kemajuan teknologi informasi. Era keterbukaan ini menempatkan setiap perusahaan lebih mudah dilihat oleh siapa saja, kapan saja, dan darimana saja, artinya siapapun dapat mengetahui tentang apapun termasuk aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan dengan cepat.

Seiring dengan perkembangan jaman menjadikan perusahaan lupa akan fungsinya yaitu sebagai organisasi bisnis perusahaan dan juga sebagai organisasi sosial. Orientasi bisnis yang hanya terfokus pada tujuan ekonomi tersebut dewasa ini telah menghadapi tantangan, karena secara langsung maupun tidak langsung dalam menjalankan kegiatan operasinya perusahaan harus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, perusahaan mendapatkan berbagai jenis bahan baku sebagai input operasinya beserta tenaga kerja yang diperlukan berasal dari lingkungan (Sukarno, 2006).

Peran perusahaan terhadap kemerosotan kualitas lingkungan hidup dan sosial masyarakat membawa dampak negatif misalnya polusi,

eksploitasi tenaga kerja dan sumber energi, kerusakan lingkungan dan penggunaan energi yang tidak bertanggung jawab (Sukarno, 2007).

Kondisi ini banyak berpengaruh pada kehidupan masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu perusahaan mempunyai beberapa tanggung jawab pada kehidupan dan kesejahteraan manusia. Kesadaran masyarakat terhadap dampak perusahaan pada kondisi sosialnya dan lingkungan hidup semakin penting sehingga mulai menekan perusahaan untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosialnya. Karena perusahaan menggunakan sumber daya alam sebagai bahan olah untuk menghasilkan barang atau jasa dan juga sumber daya sebagai penggerak aktivitasnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) saat ini bukan lagi sebagai slogan popularitas bagi perusahaan, akan tetapi sudah merupakan Kebijakan dari Pemerintah terutama bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyisihkan dana sebesar 5-10% untuk dialokasikan sebagai aktifitas kepedulian terhadap lingkungan perusahaan dan sosial atau dalam konsepnya sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Ide tanggung jawab sosial awalnya adalah bagaimana perusahaan memberikan perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi kegiatan operasional perusahaan. Pada mulanya tidak banyak perusahaan, apalagi di Indonesia yang memperhatikan hal tersebut. Umumnya perusahaan masih berkutat pada aspek finansial atau aspek ekonomis untuk menunjukkan keberhasilannya, namun seiring dengan

kesadaran penyelamatan lingkungan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia kini sudah memperhitungkan aspek dampak lingkungan dan sosial dalam menjalankan pengembangan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Sukarno dan sari, 2007).

Perusahaan yang ingin mengembangkan CSR harus memiliki *Corporate Social Responsiveness*, bagaimana perusahaan sadar dan kemudian tanggap terhadap issue sosial yang muncul. *Corporate Social Responsiveness* berkaitan dengan masalah bagaimana setiap perusahaan merespon masalah sosialnya dan kemampuan perusahaan menentukan masalah sosial mana yang harus direspon karena tidak semua masalah sosial direspon karena begitu luasnya masalah sosial. Kinerja sosial perusahaan merupakan hal yang cukup penting bagi *Corporate Reputation*, terutama dalam jangka perusahaan yang dapat memberikan kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian kinerja sosial perusahaan dapat menjadi salah satu ukuran bagi citra atau reputasi perusahaan sendiri merupakan salah satu asset yang sangat berharga. Dari sini dapat dijadikan titik tolak mengapa tanggung jawab perusahaan merupakan salah satu komponen kunci yang penting bagi pengembangan reputasi perusahaan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan seringkali dianggap di luar tanggung jawab perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada dua dekade terakhir ini dimana wajah industri di Indonesia diwarnai dengan berbagai

demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan beberapa elemen *stakeholder* pada manajemen perusahaan.

Pada kenyataannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak serta merta dipraktekkan oleh semua perusahaan. Beberapa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* justru dianggap sok sosial. Ada juga yang berhasil memberikan materiil kepada masyarakat, namun di ruang public nama perusahaan gagal menarik simpati orang. Tujuannya mau bederma sembari meneguk untung citra, tetapi malah bunting. Hal ini terjadi karena CSR dilakukan secara latah dan tidak didukung konsep yang baik (Badri,2007). Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidaklah semudah konsepnya Hal tersebut dikarenakan untuk melaksanakan memerlukan pemahaman yang mendalam dan mendasar, perusahaan harus selalu memperhatikan aspek sosial secara komprehensif dan intergratif, dimana sebuah keputusan akan berdampak terhadap lingkungan. Pertimbangan keseimbangan yang tepat antara apa yang benar dengan apa yang menghasilkan keuntungan.

Dengan tanggung jawab sosial sebagai penekanan nalar dan obyektif bagi kesejahteraan yang mengendalikan perilaku manusia dan perusahaan dari aktifitas yang pada akhirnya merusak, tidak jadi soal betapapun segeranya laba yang di hasilkan, dan hal itu menimbulkan kontribusi positif bagi kesejahteraan manusia, dimana berbagai hal dapat di definisikan dari hal yang terakhir. (Stainer dan Miner,1998:54).

Adapun fungsi perusahaan menurut Budiarsi (2005:121) mendefinisikan fungsi perusahaan adalah bagaimana perusahaan secara bertanggung jawab melaksanakan fungsi keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, akuntansi dan fungsi-fungsi yang lain yang ada dalam perusahaan demi keberhasilan perusahaan.

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002:8) merupakan suatu unit kegiatan produksi yang mengelola sumber-sumber ekonomi menjadi barang jadi diperuntukkan untuk masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi perusahaan adalah kegiatan produksi yang mengelola sumber-sumber ekonomi dengan cara melaksanakan fungsi keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, akuntansi dan fungsi-fungsi yang lain yang ada dalam perusahaan demi keberhasilan perusahaan.

PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan adalah anak perusahaan yang mengelola instalasi tenaga listrik yang berhubungan dengan komunitas / Masyarakat setempat khususnya di wilayah selatan Surabaya. Adapun program CSR di PLN APJ selatan ini mengadakan program kerja bina lingkungan (PKBL) yang dimana dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Direksi yang bertindak dan bekerja sebagai Unit PKBL PLN, untuk melaksanakan tugas pengelolaan PKBL di lingkungan PLN meliputi kantor pusat, Unit-unit bisnis dan anak perusahaan.

Adapun Program kerja bina lingkungan itu sendiri adalah kegiatan pengembangan/pembangunan masyarakat/komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya. Dan merupakan tanggung jawab sosial korporat (*Corporate Social Responsibility*) melalui pemanfaatan dana dari bagian laba PLN (keputusan direksi PT.PLN PERSERO,2004).

Adapun tujuan-tujuan dalam pelaksanaan Program Kerja Bina Lingkungan (PKBL) itu sendiri adalah sebagai bentuk kepedulian dan untuk meningkatkan citra PLN dan dukungan keberadaan PLN, masyarakat merasa ikut memiliki, dengan memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar instalasi PLN untuk meningkatkan kesejahteraan, pendidikan, perbaikan fasilitas umum serta melakukan penyuluhan-penyuluhan agar masyarakat sekitar instalasi PLN ikut mengamankan dan merasa memiliki instalasi tersebut.

Diharapkan dengan memperhatikan masalah tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) diatas yang telah dijelaskan, maka akan lebih berdampak positif terhadap pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) di lingkungan masyarakat sekitar.

Dana untuk Program Kerja Bina Lingkungan (PKBL) didapat langsung dari PT.PLN PERSERO DISTRIBUSI Jawa Timur (Pusat) yang langsung diberikan untuk anak perusahaan khususnya PLN APJ Surabaya

selatan yang digunakan untuk tujuan memberikan manfaat kepada masyarakat di wilayah usaha PLN berupa *Community Services* dalam bentuk bantuan :

- a. Bantuan kepada korban bencana alam.
- b. Bantuan pendidikan dan atau pelatihan.
- c. Bantuan peningkatan kesehatan.
- d. Bantuan pengembangan prasarana dan sarana umum.
- e. Bantuan sarana ibadah.

Prinsip pengelolaan dana program Bina lingkungan :

- a. Transparan : harus jelas kepada siapa dan mengapa dana bina lingkungan diberikan.
- b. Akuntabilitas : harus jelas pertanggung jawabannya, dapat diverifikasi atau diaudit.
- c. Fleksibel : didalam penyalurannya harus jelas kriterianya.
- d. Azas manfaat : memberikan manfaat terbesar bagi tujuan PLN.

Kegiatan program (PKBL), yang dilakukan oleh PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan untuk dapat meningkatkan atau memberdayakan pihak-pihak yang lemah dan lebih diutamakan khusus untuk para usaha kecil menengah (UKM) yang ingin mensukseskan usahanya, dan perlu diberdayakan agar menjadi lebih baik dan sukses di masa yang akan datang baik secara materi maupun SDM nya.

Syarif (2001) memberikan definisi pemberdayaan sebagai upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi,



dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Keberdayaan masyarakat adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan.

Syarif (2001) memberikan definisi bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Keadaan ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yakni bersifat *people centre, participatory, empowering and sustainable*. Konsep ini harus lebih luas tidak hanya memenuhi semata-mata kebutuhan dasar atau *basic need* atau menyediakan mekanisme untuk mencegah peruses pemiskinan lebih lanjut (*Safety net*) yang pemikirannya dikembangkan sebagai upaya mencari alternatif terhadap konsep-konsep pertumbuhan di masa lalu.

Perekonomian rakyat pada hakekatnya merupakan padanan istilah ekonomi rakyat yang berarti perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat. Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat adalah usaha ekonomi yang menjadi sumber penghasilan keluarga atau orang-orangan.

Perekonomian yang diselenggarakan oleh rakyat berarti perekonomian nasional berakar pada potensi dan kekuatan masyarakat secara luas dalam menjalankan roda perekonomian mereka sendiri (Sumodiningrat.1998).

Berdasarkan dari pemikiran diatas tentang pemberdayaan UKM tersebut maka diperlukan suatu konsep CSR untuk membantu wirausaha kecil yang ingin merintis usahanya menjadi lebih besar dan lebih sukses. Tabel berikut usaha kecil menengah yang merupakan mitra binaan dari PT. PLN PERSERO APJ Surabaya Selatan dalam pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

**Data Aktuitas CSR (PKBL) Tahun 2005-2009 (Tabel)**

<b>Nama Wirausaha</b>	<b>Tahun 2005</b>	<b>Tahun 2006</b>	<b>Tahun 2007</b>	<b>Tahun 2008</b>	<b>Tahun 2009</b>
- Tiara Handicraft	30.000.000	-	-	-	-
- Koperasi Waru Buana Putra	-	10.000.000	-	-	-
- Rumah Konveksi	-	10.000.000	-	-	-
- UD. Halimah (Pengrajin Lilin)	-	10.000.000	-	-	-
- Penjahit Enny	-	7.500.000	-	-	-
- Lestari Catering	-	10.000.000	-	-	-
- Bengkel Perdana	-	10.000.000	-	-	-
- Kantin Ridevi	-	15.000.000	-	-	-
- Konveksi Sumber Rejeki	-	15.000.000	-	-	-
- CV. Ratnasari	-	15.000.000	-	-	-
- Koperasi Kamp. Anggrek	-	-	30.000.000	-	-
- Sarinah Jaya	-	-	20.000.000	-	-
- CV. Panji Mandiri Computer	-	-	-	11.000.000	-
- Trita Anugrah	-	-	-	10.000.000	-
- UD. Bahagia	-	-	-	-	16.000.000

Sumber: PT. PLN Persero APJ Surabaya Selatan

Berdasarkan dari data tabel di atas terlihat bahwa jumlah mitra usaha yang bekerja sama dengan PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan sangat kurang maksimal terbukti dari jumlah mitra usaha yang mengajukan pinjaman dana ke perusahaan, dari tahun ke tahun semakin menurun, diduga disebabkan mitra binaan yang meminjam dana dari PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan, sudah berkembang menjadi usaha yang besar, mandiri, sukses dan jika mitra binaan itu pada pinjaman dana yang pertama, masih belum dapat mengembangkan usahanya, maka bina mitraan tersebut bisa mengajukan dana pinjaman yang kedua kali dengan syarat sudah melunasi dan membayar pinjaman dana yang pertama dan sudah disetujui oleh perusahaan dengan ketentuan yang berlaku sesuai prosedur yang diberikan oleh PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan.

Berdasarkan dari permasalahan yang terjadi dalam perusahaan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada PT.PLN PERSERO di Surabaya dalam pemberdayaan usaha kecil & menengah (UKM)”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap Pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) di PT.PLN PERSERO APJ Surabaya Selatan

### 1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) di PT.PLN PERSERO APJ Surabaya selatan

### 1.4. Manfaat penelitian

#### a. Bagi Perusahaan

Sebagai bentuk kepedulian dan untuk meningkatkan citra PLN dan dukungan keberadaan PLN, masyarakat merasa ikut memiliki, dengan memberikan bantuan usaha kecil menengah kepada masyarakat sekitar wilayah operasi perusahaan atau instalasi ketenagalistrikan, sehingga dapat memberi kontribusi positif bagi perkembangan bisnis perusahaan.

#### b. Bagi pihak lain

Sebagai pemberdayaan masyarakat (*Empowerment*), bagaimana anggota masyarakat dapat mengaktualisasikan diri mereka dalam pengelolaan lingkungan yang ada di sekitarnya dan memenuhi kebutuhannya secara mandiri tanpa ketergantungan dengan pihak-pihak perusahaan maupun pemerintah.

#### c. Bagi peneliti

Memberikan tambahan informasi bagi peneliti dan pembaca untuk dapat dipergunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).